

## SYSTEME U DEVELOPPE UN PARTENARIAT DURABLE AVEC SES FOURNISSEURS

**ANNEE**  
**2013**

**CATEGORIE**  
**Bonnes Pratiques d'Affaires**

**RUBRIQUE**  
**Achats responsables**

**SOUS-RUBRIQUE**  
**Relation durable  
fournisseurs**

**SECTEUR D'ACTIVITE**  
**Distribution**

**TAILLE DE L'ENTREPRISE**  
**> 500**

**PAYS (DE LA PRATIQUE)**  
**France, Région Centre**

### ENTREPRISE

**Groupe : Système U**



**Chiffres d'Affaires (2012):**  
23,3 mds euros

**Effectif (2011) :** 60 000

**Pays (siège social) :** France

**Site internet :**  
[www.ulecommercequiprofiteatous.com](http://www.ulecommercequiprofiteatous.com)

**Fiche rédigée par :**  
Marie Noëlle DUFOREST

### CONTEXTE

Groupe Coopératif fondé en 1894 par un groupement de commerçants dans l'Ouest de la France, Système U, avec 1500 magasins sous les enseignes Hyper U, super U, U express et Utile, est un des 6 premiers distributeurs alimentaires en France après Carrefour, Leclerc, Intermarché, Casino et Auchan. Avec 4 centrales d'achat régionales et une centrale nationale, Système U est engagé dans des relations durables et de proximité avec ses fournisseurs.

### OBJECTIF(S)

- Garantir la qualité des produits et les prix bas pour le consommateur
- Soutenir l'emploi local et respecter l'environnement
- Rester une enseigne compétitive

### DÉMARCHE

Depuis plus de 20 ans, le groupe U met en place des partenariats avec des agriculteurs qui pratique une agriculture raisonnée, par exemple avec la société Gelagri qui surgèle dans les 24h des haricots verts cultivés en pleine terre (500 salariés, 850 agriculteurs concernés). Depuis 2002, les agriculteurs partenaires sont engagés dans « agri confiance », pour une agriculture écologiquement intensive qui garantit respect de l'environnement et produits de qualité à prix compétitifs.

Des partenariats de longue date lient le groupe avec des entreprises locales telles que la biscuiterie Bouvard (Rhône Alpes), Brient (viandes de Bretagne), Refresco (jus de fruits Rhône alpes, 500 salariés), Laiterie Saint Denis de l'hôtel (481 salariés, 31 références de produits U).

Avec la campagne de communication lancée en 2013, « U le commerce qui profite à tous », l'entreprise met en avant ses engagements:

- Des partenariats durables:
  - o avec 1300 producteurs de lait bio engagés dans Biolait depuis 2 ans
  - o avec 150 producteurs regroupés dans l'association « les Porcs Bio de France », pour 27 références de produits de charcuterie ou viande de porc,
  - o avec des producteurs locaux de pommes, kiwis, poivrons pour une limitation des pesticides ...
  - o avec des producteurs d'œufs de la filière nutrition bleu blanc cœur qui enrichit la chaîne alimentaire en oméga 3 (lin, lupin, féverole, luzerne, colza,)
- une transparence sur les prix bas pour le consommateur, décomposés entre transport, emballage et conditionnement, TVA, frais et rémunérations magasin, matières premières et rémunération du producteur. Par exemple : 0,43 sur 0,95 du prix de vente d'un litre de lait U Bio va aux producteurs.
- le respect de l'environnement :
  - o réserves de pêche avec des poissons au label MSC,
  - o réduction de l'usage de l'huile de palme, avec l'objectif 2015 : tous les produits sans huile de palme, ou de manière limitée avec une huile de palme certifiée CSPO

### FACTEUR(S) CLÉS DU SUCCÈS

- Ancrage local historique de l'entreprise
- Campagne de communication interne et externe pour faire adhérer le consommateur

CONTRIBUTION A LA PERFORMANCE DE L'ENTREPRISE	BÉNÉFICES ENVIRONNEMENTAUX, SOCIAUX ET/OU DE GOUVERNANCE
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 17 millions de litres de lait bio distribués dans les magasins U en 2012, 1300 producteurs engagés d'avril 2011 à décembre 2012, 500 00 euros versé à 30 exploitations pour les aider à se convertir au lait bio,</li> <li>- 150 producteurs « les porcs bio de France » partenaires</li> <li>- 130 entreprises /produits U saveur approvisionnement garanti et confiance du</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 81% des produits alimentaires vendus sont d'origine française : emplois locaux, traçabilité, et transports limités</li> <li>- rémunération transparente des producteurs (25 à 50% du prix pour les produits ciblés « prix bas »)</li> <li>- qualité/santé pour le consommateur</li> </ul>